

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	i
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel .....	vii
Daftar Gambar.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	12
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Kegunaan Penelitian.....	14
F. Kerangka Pemikiran .....	15
G. Hipotesis .....	28
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	
A. Manajemen .....	30
1. Pengertian Manajemen .....	30
2. Fungsi-fungsi Manajemen .....	31

B. Manajemen Pemasaran .....	33
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	33
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Manajemen Pemasaran .....	35
3. Konsep Manajemen Pemasaran .....	36
C. Pemasaran Jasa .....	37
1. Pengertian Jasa dan Pemasaran Jasa.....	37
2. Karakteristik Jasa .....	39
D. Nilai Pelanggan .....	40
1. Pengertian Nilai Pelanggan .....	40
2. Keuntungan dalam Pembentukan Nilai Perusahaan .....	47
3. Sumber Nilai Pelanggan .....	49
E. Kepuasan Pelanggan .....	50
1. Pengertian Pelanggan .....	50
2. Kepuasan Pelanggan.....	51
3. Manfaat kepuasan pelanggan .....	52
4. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	53
5. Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan .....	54
6. Kepuasan Pelanggan Mengenai Pelayanan .....	55
7. Cara Mengukur Kepuasan Pelayanan.....	57

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	
A. Metode Penelitian .....	59
B. Populasi dan Sampel.....	60
C. Jenis Data.....	63
D. Variabel Penelitian .....	64
E. Teknik Pengumpulan Data .....	68
F. Analisis Data .....	71
G. Tempat dan Waktu Penelitian .....	78
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	
A. Gambaran Umum tentang Perusahaan .....	79
B. Hasil Penelitian.....	84
C. Pembahasan .....	125
BAB V PENUTUP.....	
A. Kesimpulan .....	134
B. Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA .....	xi
LAMPIRAN.....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunduh Aplikasi Transportasi <i>Online</i> dan pencapaian Ratingnya .....	5
Tabel 1.2 Pencapaian <i>Top Brand Award</i> Jasa Transportasi <i>Online</i> .....	6
Tabel 1.3 Hasil Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Operasional Tabel Penelitian .....	47
Tabel 3.2 Standar Reliabilitas Triton .....	73
Tabel 3.2 Nilai Determinasi .....	77
Tabel 3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	77
Tabel 4.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Tingkat Usia.....	85
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Jurusan/Prodi .....	86
Tabel 4.4 Jawaban Pernyataan ke-1 .....	87
Tabel 4.5 Jawaban Pernyataan ke-2 .....	88
Tabel 4.6 Jawaban Pernyataan ke-3 .....	89
Tabel 4.7 Jawaban Pernyataan ke-14 .....	90
Tabel 4.8 Jawaban Pernyataan ke-5 .....	91
Tabel 4.9 Jawaban Pernyataan ke-6 .....	92
Tabel 4.10 Jawaban Pernyataan ke-7 .....	93

Tabel 4.11 Jawaban Pernyataan ke-8 .....	94
Tabel 4.12 Jawaban Pernyataan ke-9 .....	95
Tabel 4.13 Jawaban Pernyataan ke-10 .....	96
Tabel 4.14 Jawaban Pernyataan ke-11 .....	97
Tabel 4.15 Jawaban Pernyataan ke-12 .....	98
Tabel 4.16 Jawaban Pernyataan ke-13 .....	99
Tabel 4.17 Jawaban Pernyataan ke-14 .....	100
Tabel 4.18 Jawaban Pernyataan ke-15 .....	101
Tabel 4.19 Jawaban Pernyataan ke-16 .....	102
Tabel 4.20 Jawaban Pernyataan ke-17 .....	103
Tabel 4.21 Jawaban Pernyataan ke-18 .....	104
Tabel 4.22 Jawaban Pernyataan ke-19 .....	104
Tabel 4.23 Jawaban Pernyataan ke-20 .....	106
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas <i>Emotional Value</i> .....	108
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas <i>Social Value</i> .....	108
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas <i>Quality/Performance Value</i> .....	108
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas <i>Price/Value of Money</i> .....	109
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Nilai Pelanggan .....	109

Tabel 4.29 Standar Reliabilitas Triton .....	110
Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas <i>Emotional Value</i> .....	110
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas <i>Social Value</i> .....	111
Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas <i>Quality/Performance Value</i> .....	111
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas <i>Price/Value of Money</i> .....	111
Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas Nilai Pelanggan .....	112
Tabel 4.35 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	113
Tabel 4.36 Hasil Uji Parsial <i>Emotional Value</i> ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) .....	115
Tabel 4.37 Hasil Uji Parsial <i>Social Value</i> ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) .....	116
Tabel 4.38 Hasil Uji Parsial <i>Quality/Performance Value</i> ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) .....	117
Tabel 4.39 Hasil Uji Parsial <i>Price/Value of Money</i> ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) .....	117
Tabel 4.40 Hasil Uji Simultan Nilai Pelanggan yang diukur dengan <i>Emotional Value</i> , <i>Social Value</i> , <i>Quality/Performance Value</i> dan <i>Price/Value of Money</i> terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) .....	118
Tabel 4.41 Pedoman Interpretasi Korelasi .....	119
Tabel 4.42 Pengujian Korelasi Berganda .....	120

Tabel 4.43 Analisis Koefisien Korelasi .....	121
Tabel 4.44 Hasil R Square .....	122
Tabel 4.45 Nilai Determinasi .....	122



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alasan Konsumen Menggunakan Transportasi <i>Online</i> .....	7
Gambar 1.2 Persepsi Konsumen terhadap Pelayanan Transportasi Online .....	8
Gambar 1.3 <i>Rating</i> yang diberikan responden per Bulan .....	9
Gambar 1.4 Model Penelitian .....	29
Gambar 4.1 Logo Grab sebelum dan sesudah berganti nama.....	79
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Grab.....	82

